基于大数据时代挑战的传统图书出版编辑改革

摘　要：大数据时代的来临对传统图书出版产生了巨大的挑战，传统图书出版无论是在出版方向上还是在发展理念上都必须进行全面的革新，否则不但无法满足市场的需求，还会在媒体的不断更新之下被市场淘汰。为了提高图书出版质量，使图书出版具有较强的针对性和方向性，我们应当认真研究传统图书出版的特点，以及大数据带来的影响，结合大数据的特点，探讨传统图书出版编辑创新改革的发展方向，为传统图书出版提供新的发展理念支持。

关键词：大数据时代；传统图书出版；创新改革
中图分类号：G2　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）12-063-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.12.017
本文著录格式：刘晶．基于大数据时代挑战的传统图书出版编辑改革[J]．中国传媒科技，2019（12）：63-65.

文 / 刘晶

引言

大数据时代，传统图书出版面临着新的发展节点，在新形势下，传统图书出版如何创新理念，改变模式，提高发展质量，成为了关系传统图书出版的重要因素。从目前大数据技术的广泛应用来看，对传统图书出版产生了非常具体的影响，在这一背景之下，传统图书出版面临着新的问题。因此，如何消除不利影响，有效应用大数据技术，对于传统图书出版而言具有重要意义。我们应当结合大数据时代的特点，以及大数据时代传统图书出版存在的问题，认真分析并探讨图书出版的发展方向和创新改革模式，为图书出版提供新的创新理念和方法支持。

1. 大数据时代传统图书出版面临的新问题

1.1 读者的个性化需求增多

大数据时代，传统图书出版面临许多问题，读者的个性化需求增多是其中的重要表现。大数据时代，读者的需求多种多样，读者已经不满足于固定的阅读模式和固定的图书类型，对图书的新颖性、知识的丰富性以及图书的出版形式都提出了新的要求。在这一背景之下，图书出版如何满足读者的个性化需求，成为了面临的现实问题。读者的个性化需求多种多样，经过大数据的分析整理，可以将其归纳为几个典型的类型，对于图书出版的方向调整和图书的出版内容调整有着重要的影响。大数据能够给予图书出版的支撑，主要在于能够分析并总结读者的个性化需求，并将个性化需求分类。[1] 由此可见，读者个性化需求的增多，依靠传统的图书出版市场调查方法难以满足实际要求，只有应用大数据技术才能够有效地掌握读者个性化需求的发展方向，应以此为主要的侧重点推动图书出版的有效改革。因此，大数据时代，读者个性化需求增多的问题，对图书出版产生了较大的影响。

1.2 编辑朝着立体化流程发展

大数据时代，图书出版已经从单纯的平面化出版，朝着立体化流程的方向发展。所谓立体化流程，主要是指图书出版并不仅仅是图书出版这个单一的环节，而是由市场调研需求了解、内容完善、出版形式变化以及市场调节和市场推广等多个流程，这些流程不但改变了图书出版的模式，还使整个图书出版在针对性和有效性方面得到提高，最重要的是使图书出版从单一的出版行为变成了多个流程相融合的综合立体化的出版体系，对现有的出版模式提出了较高的要求，使现有的出版模式面临着极大的挑战。如果不能够扭转出版思维，改变图书出版的模式，将会在图书出版过程中形成较大的制约，不但无法出版优秀作品，同时会造成出版的作品在市场上受欢迎程度不高，无法占领市场的问题。因此，新形势下图书出版朝着立体化流程的方向发展是重要的趋势，图书出版编辑只有认识到这一点，并积极寻求改变，利用先进的图书出版理念和大数据理念推动图书出版，才能使图书出版在管理模式和出版方式方面发生较大的转变。[2]

1.3 图书产品多媒体化成为趋势

大数据时代，不仅仅意味着信息数据的爆炸，同时也意味着图书产品的多媒体化成为趋势。目前，图书产品已经从单一的纸版图书演变成了电子版图书、网络版图书以及有声图书等多种形式，突出产品的多样化和多媒体化已经成为重要的发展方向和发展趋势，在整体发展过程当中具有一定的代表性。从这一点来看，图书样式的变化以及图书多媒体的发展趋势已经成为了不可阻挡的发展潮流，在这一形势下，传统的图书出版必须要扭转发展理念，才能适应市场变化的要求。图书出版不但要重视内容的优化和形式的创新，同时要结合多媒体化的特点进行出版活动，使图书出版能够突破原有的理念，在多媒体化的发展模式下得到加强。因此，对于传统图书出版而言，在大数据时代下，掌握多媒体变化趋势，并增加相应的图书形式，顺应多媒体发展潮流，才能够解决图书出版中的市场占有率问题。

1.4 出版内容的来源多元化特征明显

目前，出版内容已经从过去的作家投稿变成了多种内容来源，内容来源的丰富性和多元化是大数据时代的重要特征。大数据时代，数据更新速度快，适合出版的内容相对较多，通过大数据的方式，内容在整理、整合、融合等过程中，相比于传统的图书出版编辑其效率更高，能够及时抓住社会热点问题和社会广泛关注的问题形成新的图书材料进行出版，使得出版内容的来源从过去单一的作者投稿变成了多渠道提供内容的方式。出版内容的来源多元化，使得出版编辑的工作量有所增加，在这种模式下，图书编辑在内容的审核上具有了新的责任。内容来源多元化，也增加了图书出版编辑审核的任务量，图书出版编辑需要具有较强的责任心和专业能力才能够做好对出版内容的审核。[3] 因此，在出版内容来源多元化的前提之下，编辑如何做好审核工作成为了关系图书出版质量的关键。

2. 大数据时代对传统图书出版产生的影响

2.1 传统图书出版必须顺应大数据时代变化

在大数据时代背景下，整个图书出版的发展模式已经出现了较大的变化，无论是出版理念、内容的丰富性，还是读者的阅读需要都发生了较大的变化。在这一形势面前，传统图书出版必须要了解这一情况，并顺应大数据时代的变化，根据大数据时代下读者的现实要求和实际需求，调整图书出版方向，使图书出版能够做到以市场为导向，以读者需求为指引。因此，现阶段的图书出版应当认识到大数据所带来的积极影响，以及图书出版面临的新形势，根据图书出版的实际情况调整图书出版方向，使图书出版能够契合时代特点，能够按照大数据时代的需求进行调整。所以，正确分析大数据时代的影响，把握大数据时代下图书出版的发展脉络是做好图书出版的重要措施。只有认识到这一点，才能够保证大数据时代下图书出版能够取得积极效果，在图书出版的针对性和图书出版的全面性方面满足市场需要。[4]

2.2 知识传播模式发生了变化

大数据时代，知识的传播模式发生了较大的变化，知识传播已经从过去的文字传播向多媒体传播方向发展，并且网络传播成为了一种主流的模式。在网络传播过程中，信息的数据量增大，信息的知识含量有所增加，信息的阅读模式和受众群体也在发生了变化。这一局面下，了解知识传播模式的变化，对于推动图书出版的发展和创新图书出版模式具有重要意义。因此，在图书出版过程当中，应当认真分析现阶段的知识模式特点以及知识在传播过程当中存在的方式创新和模式创新问题，保证整个图书出版能够做到以市场需求为导向，以实际的知识传播模式为最终的发展方向。只有做到这一点，才能够提高图书出版质量，使图书出版能够在知识传播方式上得到转变。受到这一形势的影响，图书出版在出版模式方面必须要进行优化和创新，只有改变图书出版模式，才能够适应知识传播的需要，使图书出版能够围绕读者群体做出适当的变化。[5]

2.3 图书出版需要了解客户的需求和变化

大数据时代，读者的需求不断变化，读者对知识的关注点以及对知识的需求程度也在不断变化，在这一局面下，图书出版如何调整出版方向，如何针对读者的实际需求推出有价值的图书产品，是当前图书出版所必须要思考的问题。读者需求的变化，既有读者自身的特征，同时也有市场变化的影响以及时代变化的推动，整个市场环境的变化和读者需求的变化，使得图书出版必须作出适当的调整，无论是方向的调整还是出版内容的调整都要以市场为导向，以读者为最终的着力点，使整个图书出版编辑工作具备较强的市场特点和聚焦能力，能够聚焦读者需求和市场需求，形成对市场的敏锐观察和对读者的高度关注。只有做到这一点，才能够保证图书出版编辑工作有效地开展，在开展质量和开展水平上得到提升，推动图书出版业的不断发展。[6] 因此，在大数据时代下了解市场及客户的需求及需求的变化情况，对于做好图书出版编辑工作具有重要意义。

2.4 传统图书出版要积极开发新的服务模式

对于传统图书出版而言，在服务模式上，不但要重视传统服务模式优势的总结，同时还要积极开发新的服务模式，除了要做好市场需求和读者需求的调查，同时还要结合大数据时代下服务模式的转变和服务模式的发展趋势进行调整，使传统图书出版能够在出版编辑工作中及时更新工作理念，及时创新服务模式，使服务模式能够具有较强的针对性。结合当前图书出版编辑工作实际，在服务模式上可以尝试着按照市场需求编辑出版市场欢迎度和认可度高的作品，同时，也可以采取网络连载季度更新和作家创作一体化的出版模式，探索整个出版模式的创新与改革，为出版模式的发展和服务方式的转变提供有力的支持。[7] 因此，图书出版编辑工作的服务模式还有较强的探索和创新的余地，在实际探索创新中，应当结合市场发展的实际情况与读者的现实需求进行适当调整，使整个创新更具市场意识，能够在创新有效性和创新针对性方面得到提高。

3. 大数据时代传统图书出版编辑创新的对策

3.1 积极创新编辑理念

大数据时代，传统图书出版编辑工作要想提高出版质量，就要根据大数据时代的特点以及读者的现实需求，积极创新编辑理念，使编辑工作能够找准方向和侧重点，能够在实施过程当中具有较强的市场嗅觉和市场需求分析能力，能够在整个编辑工作当中，发挥图书编辑的工作能力和创新能力，推动图书出版编辑工作不断发展。创新编辑理念不但要体现在具体的编辑工作中，同时还要体现在图书内容的选择上，保证所选择的图书内容能够尽量满足市场需求，能够根据读者的喜爱程度进行合理选择，使图书出版编辑能够紧紧围绕读者和市场作出转变。因此，创新编辑理念是新时期图书出版编辑在工作当中面对的主要问题，积极创新编辑理念既有助于提高编辑工作质量，同时也能够满足编辑工作需要，使编辑工作在整体性和实效性方面得到提高，推动编辑工作不断向前发展 [8]。

3.2 学会利用互联网思维

对于图书编辑而言，在大数据发展的背景下，互联网已经成为了重要的载体，对整个生活和工作产生了非常直观的影响。在图书出版领域，互联网思维既是一种重要的工作理念，同时也是推动工作不断深入开展的重要思维方式。考虑到大数据时代下传统图书出版编辑工作面临的实际问题和存在困难，学会利用互联网思维，不但能够更新工作理念，同时还能够形成对市场的高度关注，使整个图书出版工作以大数据时代的市场导向为中心，推动图书出版工作的开展。基于互联网思维的重要性及其对图书出版编辑的影响，突出出版编辑应当学会利用互联网思维形成新的工作思路，应当利用互联网思维及时搜集并掌握市场焦点，同时，根据市场的变化情况调整图书的编辑出版方向，以互联网为导向，了解市场需求和读者的变化情况，进而为图书出版编辑工作提供最基本的信息支持和市场导向支持。因此，只有学会利用互联网思维，才能够解决图书出版编辑工作中存在的方向不足和内容不全面的问题。

3.3 找准客户需求，抓好选题

大数据时代，读者的需求逐渐变化，图书出版只有聚焦市场需求和读者的需求，才能够出版市场认可度高的作品，进而在市场竞争中占据优势。图书出版市场与其他的市场不同，图书出版编辑的市场嗅觉及灵敏度以及对文学作品的认知程度，决定了图书出版的方向。因此，找准客户需求，抓好选题，是图书出版编辑当下的重要工作内容。选题的确定关系到出版之后的作品是否能够得到市场的欢迎，是否符合读者的欣赏要求。选题抓地准，那么出版之后的图书产品在市场上必然会得到高度的认可和欢迎，对整个图书出版工作会产生直接的促进。所以，在大数据时代下，图书出版编辑应当找准客户需求，抓准选题，在出版图书的选题方面下功夫，做到根据读者的需求和读者的兴趣点有选择性地出版图书产品，为整个图书的出版和图书市场的繁荣奠定良好的基础。所以，抓好选题，做好内容的筛选，是图书出版编辑当前所应当做好的重点工作。

3.4 创新出版模式，搭建数字化出版平台

在大数据时代下，出版模式在不断地发生变化，除了纸版图书的出版，随着多媒体形式的增加，出版物的类型也在发生变化。在这一局面下，数字化出版物的增多对传统图书市场产生了必然的影响，在这一形势下，图书出版编辑应当认识到数字化出版物的重要性以及数字化出版物在市场中的认可程度，应当积极转变出版理念，创新出版模式，协调出版资源，搭建数字化出版平台，使数字图书和数字出版物的数量能够不断增加，弥补传统图书市场发展的不足。同时，用数字化的出版物占领市场，使图书出版能够从传统的纸质图书的出版朝着数字化出版物的方向发展，赋予出版物以数字化特征，同时也降低了读者的阅读难度，使读者能够通过多媒体的形式随时随地地阅读数字图书，赋予了图书的科技属性。因此，积极创新出版模式，搭建数字化出版平台，对于现阶段的图书出版编辑工作而言是重要的工作内容。明确发展方向，创新出版模式，做好数字化出版平台的搭建，能够推动图书出版工作不断向前发展，使图书出版编辑工作能够在大数据时代下抓住发展机遇。

结语

在大数据时代下，传统图书出版编辑工作遇到了新的问题，在挑战与机遇面前，传统图书出版编辑必须要认识到大数据给图书出版工作带来的现实影响，应当结合大数据时代下图书出版工作面临的实际问题，制定具体的应对策略，积极利用大数据这一有力的技术，推动图书出版工作得到有效发展，使大数据时代下传统图书出版重新焕发生机，在大数据技术的支撑之下实现出版编辑理念、出版编辑平台以及出版编辑方向的有效创新，聚焦市场和读者需求，形成良好的发展局面。因此，正确理解大时代背景下传统图书出版编辑面临的问题和影响，并结合市场需要和读者需求及时做出调整，是现阶段图书出版编辑的重要职责。媒

参考文献

[1] 李冰洁 . 大数据时代背景下图书出版编辑如何应对挑战 [J]. 传播力研究，2018（28）：22-23.
[2] 单迪 . 大数据在图书出版中的应用探究 [J]. 传播力研究，2017（11）：45-46.
[3] 娜仁 . 传统图书出版编辑如何应对大数据时代的挑战思考 [J]. 科技资讯，2018（6）：34-35.
[4] 梁紫岩 . 大数据时代个性化图书出版的策略研究 [J]. 传播力研究，2018（25）：78-79.
[5] 范春龙 . 浅析大数据在图书出版中的运用 [J]. 中国传媒科技，2018（8）：67-68.
[6] 马驰 . 大数据在图书出版中的应用分析 [J]. 科技传播，2018（18）：33-34.
[7] 张梦初 . 新时期下图书出版编辑的创新与改革 [J]. 传播力研究，2018（27）：34-35.
[8] 顾丽萍 . 试析"互联网 +"时代的图书出版 [J]. 传播力研究，2018（5）：56-57.

作者单位：北京卓众出版有限公司《大医生刊社》